**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC**

**Renace con propósito**

# PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

**PRESENTADA POR**

Valeria Camila Jaque Alva
DNI: 72188398, Perú

**ASESOR**

Silvia Roxana Lizama Mescco
DNI: 42094820, Perú

**JURADO**

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
Silvana Tabata Espinoza Gomez
Jorge Armando Castillo Salinas

**Lima, Agosto 2025**

# Anexo 1 - Proyecto de Innovaci%C3%B3n - Valeria Camila Jaque Alva %281%29.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:481635374

Submission Date
Aug 11, 2025, 5:36 PM GMT-5

Download Date
Aug 11, 2025, 5:54 PM GMT-5

File Name
Anexo 1 - Proyecto de Innovación - Valeria Camila Jaque Alva (1).docx

File Size
4.8 MB

37 Pages

6,470 Words

38,488 Characters

# 12% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

## Exclusions

- 1 Excluded Source

## Top Sources

7% Internet sources
1% Publications
11% Submitted works (Student Papers)

## Integrity Flags

**0 Integrity Flags for Review**

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

**I.** 6**10**

1.1 60

1.2 60

1.3 71

**II.** 7**11**

2.1 81

2.2 93

2.3 **¡Error! Marcador no definido.**4

2.4 105

2.5 125

2.5.1 **¡Error! Marcador no definido.**15

2.5.2 1417

2.5.3 1518

2.5.4 1620

2.5.5 1822

2.5.6 1923

2.5.7 2024

2.5.8 2226

2.5.9 2428

**III.** 28**33**

3.1 **¡Error! Marcador no definido.**33

**IV.** 29**33**

4.1 2933

4.2 3034

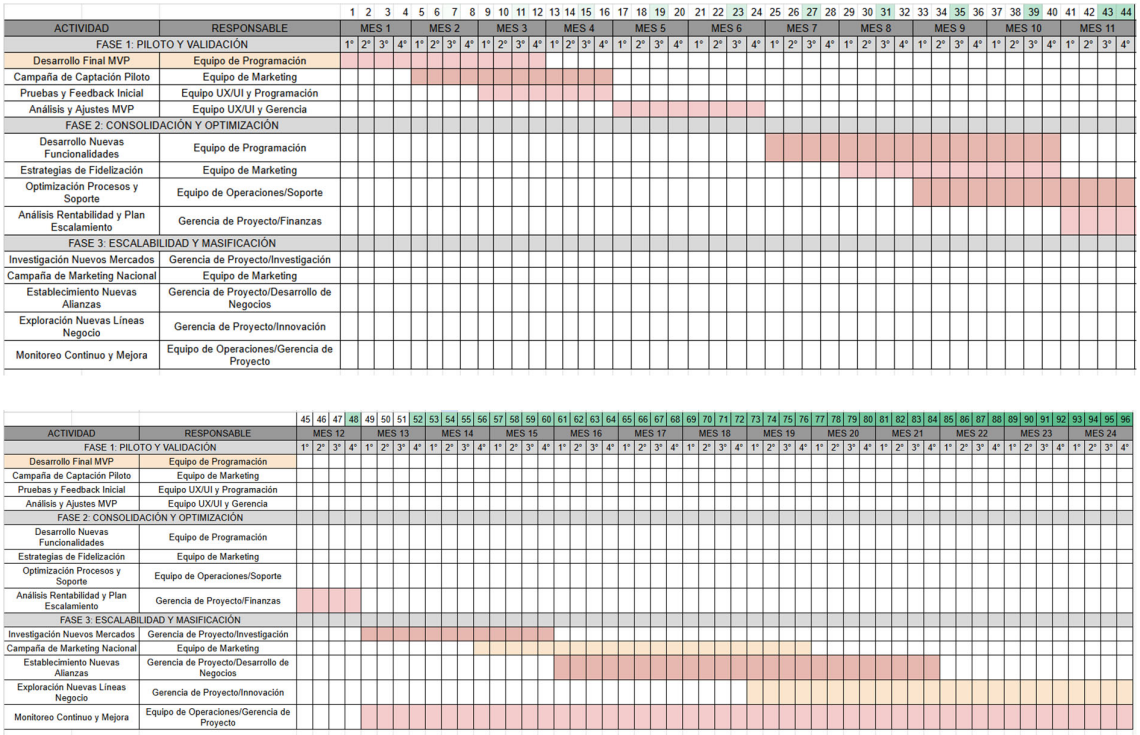
**V.** 3135

**VI.** 3236

6.1 3236

# ÍNDICE DE TABLAS

## Tabla 1: Diagrama de Gantt

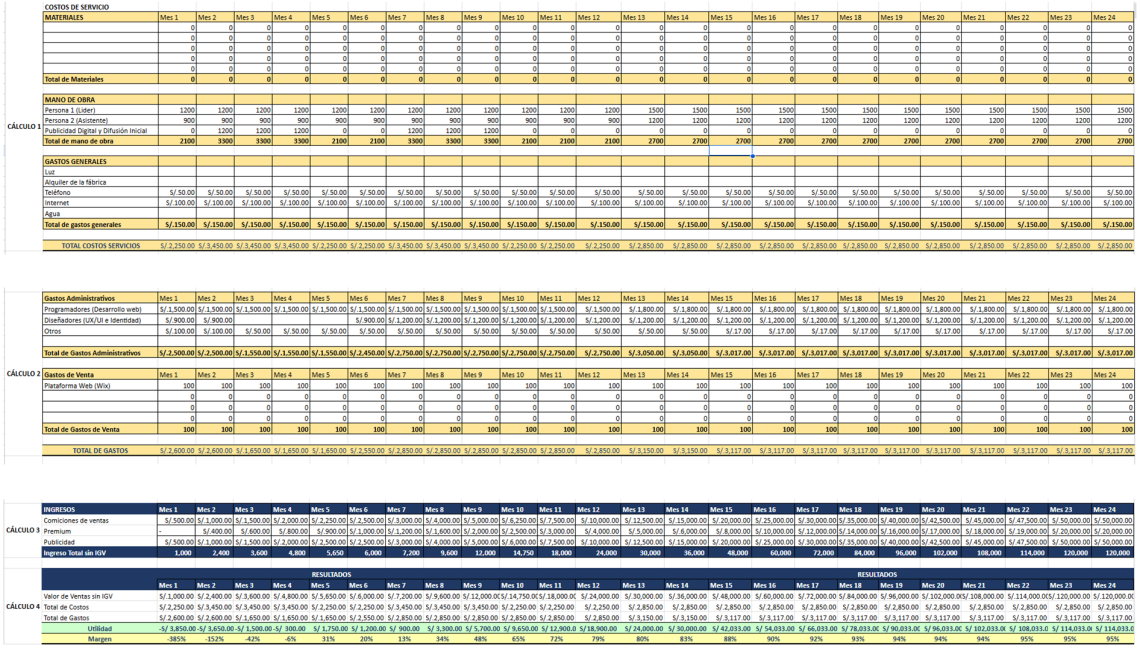


| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| FASE 1: PILOTO Y VALIDACIÓN | | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° |
| Desarrollo Final MVP | Equipo de Programación | | | | | | | | | | | |
| Campaña de Captación Piloto | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | |
| Pruebas y Feedback Inicial | Equipo UX/UI y Programación | | | | | | | | | | | |
| Análisis y Ajustes MVP | Equipo UX/UI y Gerencia | | | | | | | | | | | |
| FASE 2: CONSOLIDACIÓN Y OPTIMIZACIÓN | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo Nuevas Funcionalidades | Equipo de Programación | | | | | | | | | | | |
| Estrategias de Fidelización | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | |
| Optimización Procesos y Soporte | Equipo de Operaciones/Soporte | | | | | | | | | | | |
| Análisis Rentabilidad y Plan Escalamiento | Gerencia de Proyecto/Finanzas | | | | | | | | | | | |
| FASE 3: ESCALABILIDAD Y MASIFICACIÓN | | | | | | | | | | | | |
| Investigación Nuevos Mercados | Gerencia de Proyecto/Investigación | | | | | | | | | | | |
| Campaña de Marketing Nacional | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | |
| Establecimiento Nuevas Alianzas | Gerencia de Proyecto/Desarrollo de Negocios | | | | | | | | | | | |
| Exploración Nuevas Líneas Negocio | Gerencia de Proyecto/Innovación | | | | | | | | | | | |
| Monitoreo Continuo y Mejora | Equipo de Operaciones/Gerencia de Proyecto | | | | | | | | | | | |



| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | MES 12 | MES 13 | MES 14 | MES 15 | MES 16 | MES 17 | MES 18 | MES 19 | MES 20 | MES 21 | MES 22 | MES 23 | MES 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| FASE 1: PILOTO Y VALIDACIÓN | | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° | 1° 2° 3° 4° |
| Desarrollo Final MVP | Equipo de Programación | | | | | | | | | | | | | |
| Campaña de Captación Piloto | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | | | |
| Pruebas y Feedback Inicial | Equipo UX/UI y Programación | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis y Ajustes MVP | Equipo UX/UI y Gerencia | | | | | | | | | | | | | |
| FASE 2: CONSOLIDACIÓN Y OPTIMIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo Nuevas Funcionalidades | Equipo de Programación | | | | | | | | | | | | | |
| Estrategias de Fidelización | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | | | |
| Optimización Procesos y Soporte | Equipo de Operaciones/Soporte | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis Rentabilidad y Plan Escalamiento | Gerencia de Proyecto/Finanzas | | | | | | | | | | | | | |
| FASE 3: ESCALABILIDAD Y MASIFICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| Investigación Nuevos Mercados | Gerencia de Proyecto/Investigación | | | | | | | | | | | | | |
| Campaña de Marketing Nacional | Equipo de Marketing | | | | | | | | | | | | | |
| Establecimiento Nuevas Alianzas | Gerencia de Proyecto/Desarrollo de Negocios | | | | | | | | | | | | | |
| Exploración Nuevas Líneas Negocio | Gerencia de Proyecto/Innovación | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoreo Continuo y Mejora | Equipo de Operaciones/Gerencia de Proyecto | | | | | | | | | | | | | |

## Tabla 2: Presupuesto



**COSTOS DE SERVICIO**

| | MATERIALES | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Total de Materiales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CÁLCULO 1 | Persona 1 (Líder) | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
| | Persona 2 (Asistente) | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| | Publicidad Digital y Difusión Inicial | 0 | 1200 | 1200 | 1200 | 0 | 0 | 1200 | 1200 | 1200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Total de mano de obra | 2100 | 3300 | 3300 | 3300 | 2100 | 2100 | 3300 | 3300 | 3300 | 2100 | 2100 | 2100 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 |
| | GASTOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Luz | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Alquiler de la fábrica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Teléfono | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 |
| | Internet | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 |
| | Agua | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Total de gastos generales | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 | S/.150.00 |
| | TOTAL COSTOS SERVICIOS | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 |



| | Gastos Administrativos | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Programadores (Desarrollo web) | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 |
| | Diseñadores (UX/UI e identidad) | S/.900.00 | S/.900.00 | | | | S/.900.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 |
| | Otros | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 |
| | Total de Gastos Administrativos | S/.2,500.00 | S/.2,500.00 | S/.1,550.00 | S/.1,550.00 | S/.1,550.00 | S/.2,450.00 | S/.2,750.00 | S/.2,750.00 | S/.2,750.00 | S/.2,750.00 | S/.2,750.00 | S/.2,750.00 | S/.3,050.00 | S/.3,050.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 | S/.3,017.00 |
| CÁLCULO 2 | Gastos de Venta | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
| | Plataforma Web (Wix) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Total de Gastos de Venta | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | TOTAL DE GASTOS | S/.2,600.00 | S/.2,600.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.2,550.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.3,150.00 | S/.3,150.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 |



| | INGRESOS | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CÁLCULO 3 | Comiciones de ventas | S/.500.00 | S/.1,000.00 | S/.1,500.00 | S/.2,000.00 | S/.2,250.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,250.00 | S/.7,500.00 | S/.10,000.00 | S/.12,500.00 | S/.15,000.00 | S/.20,000.00 | S/.25,000.00 | S/.30,000.00 | S/.35,000.00 | S/.40,000.00 | S/.42,500.00 | S/.45,000.00 | S/.47,500.00 | S/.50,000.00 | S/.50,000.00 |
| | Premium | - | S/.400.00 | S/.600.00 | S/.800.00 | S/.900.00 | S/.1,000.00 | S/.1,200.00 | S/.1,600.00 | S/.2,000.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,000.00 | S/.8,000.00 | S/.10,000.00 | S/.12,000.00 | S/.14,000.00 | S/.16,000.00 | S/.17,000.00 | S/.18,000.00 | S/.19,000.00 | S/.20,000.00 | S/.20,000.00 |
| | Publicidad | S/.500.00 | S/.1,000.00 | S/.1,500.00 | S/.2,000.00 | S/.2,500.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,000.00 | S/.7,500.00 | S/.10,000.00 | S/.12,500.00 | S/.15,000.00 | S/.20,000.00 | S/.25,000.00 | S/.30,000.00 | S/.35,000.00 | S/.40,000.00 | S/.42,500.00 | S/.45,000.00 | S/.47,500.00 | S/.50,000.00 | S/.50,000.00 |
| | Ingreso Total sin IGV | 1,000 | 2,400 | 3,600 | 4,800 | 5,650 | 6,000 | 7,200 | 9,600 | 12,000 | 14,750 | 18,000 | 24,000 | 30,000 | 36,000 | 48,000 | 60,000 | 72,000 | 84,000 | 96,000 | 102,000 | 108,000 | 114,000 | 120,000 | 120,000 |



| | | RESULTADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
| CÁLCULO 4 | Valor de Ventas sin IGV | S/.1,000.00 | S/.2,400.00 | S/.3,600.00 | S/.4,800.00 | S/.5,650.00 | S/.6,000.00 | S/.7,200.00 | S/.9,600.00 | S/.12,000.00 | S/.14,750.00 | S/.18,000.00 | S/.24,000.00 | S/.30,000.00 | S/.36,000.00 | S/.48,000.00 | S/.60,000.00 | S/.72,000.00 | S/.84,000.00 | S/.96,000.00 | S/.102,000.00 | S/.108,000.00 | S/.114,000.00 | S/.120,000.00 | S/.120,000.00 |
| | Total de Costos | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 |
| | Total de Gastos | S/.2,600.00 | S/.2,600.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.2,550.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.3,150.00 | S/.3,150.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 |
| | Utilidad | -S/.3,850.00 | -S/.3,650.00 | -S/.1,500.00 | -S/.300.00 | S/.1,750.00 | S/.1,200.00 | S/.900.00 | S/.3,300.00 | S/.5,700.00 | S/.9,650.00 | S/.12,900.00 | S/.18,900.00 | S/.24,000.00 | S/.30,000.00 | S/.42,033.00 | S/.54,033.00 | S/.66,033.00 | S/.78,033.00 | S/.90,033.00 | S/.96,033.00 | S/.102,033.00 | S/.108,033.00 | S/.114,033.00 | S/.114,033.00 |
| | Margen | -385% | -152% | -42% | -6% | 31% | 20% | 13% | 34% | 48% | 65% | 72% | 79% | 80% | 83% | 88% | 90% | 92% | 93% | 94% | 94% | 94% | 95% | 95% | 95% |

# I. Información general

## 1.1 Título del Proyecto de Innovación

**Renace con propósito:** Plataforma conexión entre emprendedores sobrevivientes de cáncer y marcas con valor social en el Perú.

## 1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Renace con propósito se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de Actividades científicas y ciencias y busca resolver la falta de oportunidades laborales y comerciales para emprendedores sobrevivientes de cáncer, quienes enfrentan barreras para su reinserción económica y social, teniendo como población beneficiaria a emprendedores sobrevivientes de cáncer en Perú que buscan reactivar y potenciar sus negocios con apoyo de marcas con propósito y herramientas digitales que faciliten su inserción en el mercado.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una plataforma digital que conecta a emprendedores sobrevivientes de cáncer con marcas con propósito social, facilitando su visibilización, venta, y acceso a redes colaborativas para fortalecer su reinserción laboral y promover el consumo responsable, se trata de un servicio digital accesible, con enfoque social, que genera impacto económico positivo en emprendedores vulnerables y promueve alianzas sostenibles entre marcas y consumidores conscientes, integrando criterios de triple balance (social, económico y ambiental).

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) digitales de la plataforma web que incluyen funcionalidades para el registro de emprendedores y marcas, creación de perfiles, catálogos de productos, y espacios de interacción colaborativa. Se realizaron pruebas piloto con usuarios seleccionados, tanto emprendedores como marcas, quienes validaron la usabilidad, pertinencia y beneficios de la plataforma. Los resultados indicaron una alta aceptación, un interés genuino por parte de las marcas en apoyar esta causa y un fortalecimiento del sentido de comunidad entre emprendedores. Las métricas iniciales mostraron un incremento del 30% en las conexiones comerciales y un 85% de usuarios satisfechos con la experiencia.

Se concluye que la solución propuesta es viable, pertinente y escalable, contribuyendo efectivamente a la inclusión social y económica de emprendedores sobrevivientes de cáncer y se recomienda continuar con el monitoreo, mejora continua basada en feedback de usuarios, alianzas estratégicas para el escalamiento regional y la búsqueda de financiamiento para su sostenibilidad a largo plazo.

### 1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El ámbito de la innovación social y digital en Perú ofrece un marco ideal para implementar el proyecto **Renace con Propósito**. A pesar de la sólida tradición de solidaridad comunitaria, los recursos para personas vulnerables, como los sobrevivientes de cáncer, siguen siendo limitados y desorganizados. La reintegración laboral tras una enfermedad implica estigmas, barreras físicas y emocionales, y escasez de oportunidades laborales adecuadas *(Cancer and Careers, s.f.)*.

El desafío central es la desigualdad económica que enfrentan los sobrevivientes al reinsertarse en la vida laboral. Muchos optan por el autoempleo o emprendimientos artesanales, pero carecen de herramientas digitales y canales de distribución apropiados. Además, existe un aumento significativo del interés empresarial en temas de sostenibilidad: **el 76 % de las empresas peruanas aumentó su inversión en sostenibilidad en 2021**, y el **75 % planea mantener o incrementar ese presupuesto en los próximos años** *(Centrum PUCP & Avanza Sostenible, 2021)*.

Finalmente, **Renace con Propósito** aprovecha esta sinergia entre emprendimiento social y marketing con propósito, posicionándose como puente entre marcas y emprendedores, y generando un ecosistema colaborativo que combina lo digital con el emprendimiento artesanal local.

## II. Descripción de la innovación

## 2.1 Planteamiento del Problema

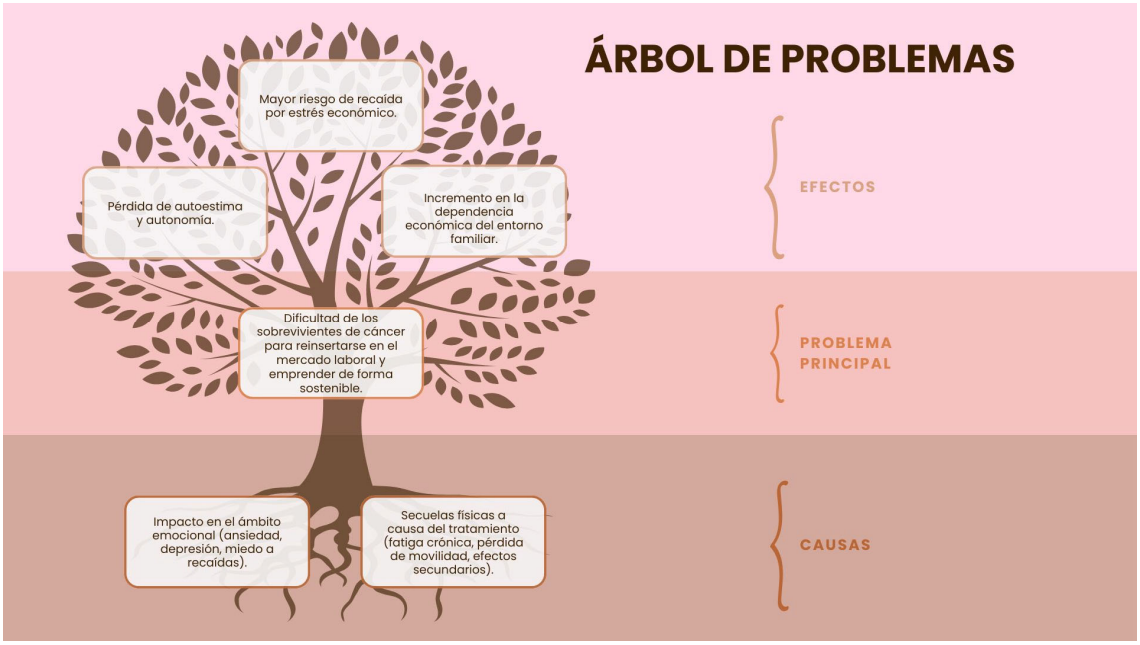
- **¿Qué está ocurriendo?:**
  La mayoría de los sobrevivientes de cáncer en Perú se enfrentan a grandes retos para reintegrarse al mundo laboral o ser productivos.

- **Causa: ¿A qué se debe?:**
  Esta dificultad proviene de las secuelas del tratamiento, tanto físicas como emocionales, la falta de habilidades digitales para el autoempleo, el acceso limitado a canales de venta y marketing, la escasez de redes de apoyo, y los prejuicios sociales que los estigmatizan.

- **Consecuencia: ¿Qué efectos adversos genera?:**
  Esta situación empeora su vulnerabilidad económica y emocional, afectando de manera negativa su calidad de vida, así como su autoestima y la de sus familias.

- **Impacto ambiental (ODS):**
  El proyecto "Renace con Propósito" contribuye de manera directa a varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

    - **ODS 3: Salud y Bienestar:** Apoyando la recuperación integral y el bienestar emocional y físico de los sobrevivientes.
    - **ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico:** Facilitando la inclusión económica, el empleo digno y el autoempleo formalizado para una población vulnerable.
    - **ODS 10: Reducción de las desigualdades:** Disminuyendo las brechas socioeconómicas y los estigmas que enfrentan los sobrevivientes de cáncer, promoviendo la equidad en el acceso a oportunidad.
    - **ODS 12: Producción y Consumo Responsables:** Fomentando alianzas con marcas que valoran el impacto social y promoviendo el consumo consciente de productos con propósito.
    - **ODS 13: Acción por el Clima**: Impulsando prácticas sostenibles al visibilizar productos artesanales de bajo impacto ambiental y fomentar el consumo local, se reduce la huella ecológica y se apoya una producción más responsable con el planeta.




## 2.2 Población beneficiaria

- **Población Directa:**

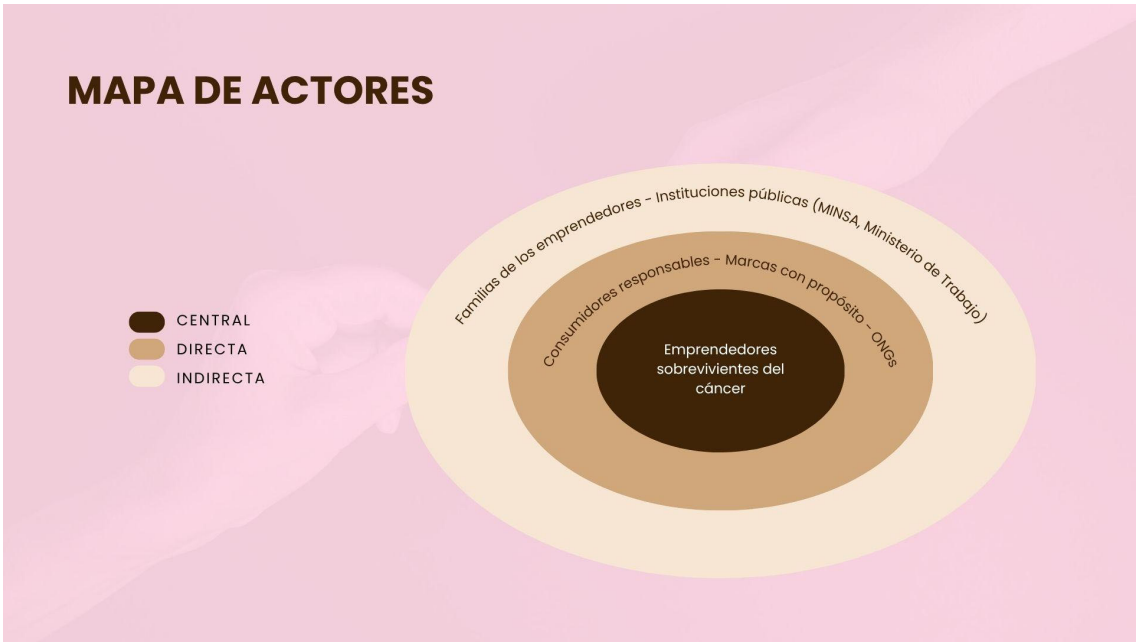
  **Emprendedores:** Adultos de entre 30 y 50 años, sobrevivientes de cáncer, que buscan reinsertarse laboralmente a través del autoempleo o pequeños negocios. Este grupo, ubicado principalmente en Lima Metropolitana, enfrenta dificultades como discriminación, falta de redes de apoyo y escasa capacitación digital *(de Boer et al., 2014; Cancer and Careers, s. f.)*. Aunque el 79,2 % de los hogares en Lima tiene conexión a internet *(INEI, 2022)*, persisten brechas digitales en poblaciones vulnerables. Su objetivo es lograr independencia financiera, recuperar autoestima y demostrar su productividad tras la enfermedad.

  **Consumidores responsables:** Personas y familias que buscan comprar productos que tengan un efecto social benéfico, apreciando aquellos que llevan historias significativas y apoyando iniciativas que promueven causas sociales.

- **Población Indirecta:**

  - **Marcas con propósito:** Compañías que desean mejorar su imagen, incrementar su influencia social y formar colaboraciones estratégicas con proyectos que fomentan el avance de comunidades en riesgo y el consumo responsable.

- **Familias de los emprendedores:** Se benefician de la mayor solidez económica y bienestar general de los emprendedores, lo que resulta en una vida doméstica de mayor calidad.




## 2.3 Objetivo(s) del proyecto

- **Objetivo General:**

  Desarrollar una plataforma digital que promueva la inclusión económica y el bienestar integral de los emprendedores sobrevivientes de cáncer así mismo conectarlos con marcas socialmente responsables en Perú.

- **Objetivos Específicos:**
  - Crear un canal digital que genere visibilidad y acceso a mercados para los productos de los emprendedores sobrevivientes.
  - Proveer herramientas de capacitación digital y comercial para fortalecer las capacidades de los emprendedores.
  - Fomentar la creación de redes de apoyo y colaboración entre los emprendedores y con marcas afines.
  - Establecer un modelo de negocio sostenible que garantice la escalabilidad del proyecto.

## 2.4 Marco referencial

El proyecto "Renace con Propósito" se fundamenta en un marco de referencia que une la innovación social, el emprendimiento después de la enfermedad y las nuevas formas de consumo responsable.

- **Antecedentes de la Innovación:**

  En todo el mundo, han aparecido proyectos de "emprendimiento social" que buscan tanto ganancias como soluciones a problemas sociales. Casos como "Etsy" (un sitio global para artesanos) o "Made by Survivors" (que ayuda a personas que han sufrido traumas mediante el comercio justo) muestran que los mercados especializados con un fuerte enfoque social pueden funcionar.

  En el Perú, aunque hay sitios para artesanos o proyectos de ONGs que ayudan a pacientes, ninguno se dedica por completo a reintegrar económica y digitalmente a sobrevivientes de cáncer, ofreciendo un lugar para vender, aprender y encontrar apoyo.

- **Consideraciones Teóricas:**

  La iniciativa se fundamenta en la teoría del empoderamiento financiero, que sostiene que la disponibilidad de oportunidades y recursos monetarios eleva la libertad y la calidad de vida de las personas. Además, se basa en la idea de resiliencia, reconociendo que el emprendimiento puede funcionar como un medio sanador para enfrentar dificultades. Kotler y Lee (2008) sostienen que las empresas pueden generar valor tanto económico como social mediante estrategias de responsabilidad social bien dirigidas, lo que respalda el enfoque de este proyecto.

- **Casos o Experiencias Previas en el país y el mundo:**

  - **A nivel global:** A nivel internacional, iniciativas como *Survivor Made* (2021) en Estados Unidos han demostrado que es posible empoderar a personas sobrevivientes de traumas a través del comercio justo, integrando el propósito social con la sostenibilidad económica.
  - **En Perú:** Organizaciones como "Fundación Peruana de Cáncer" y "Liga Contra el Cáncer" ofrecen atención médica y apoyo psicológico. Algunas ONGs de artesanos fomentan la venta de productos artesanales. Sin embargo, no existe una plataforma que agrupe estas iniciativas, proporcione formación digital organizada y conecte de manera directa a los sobrevivientes emprendedores con un mercado y marcas específicas que compartan valores. "Renace con Propósito" tiene como misión abordar esta necesidad creando una

solución digital integral y adaptada a este grupo vulnerable en el contexto peruano.

## 2.5 Proceso creativo y experimentos

### 2.5.1 Información sobre el usuario(s)




- **Nombre:** Carolina Huamán
- **Edad:** 45 años
- **Profesión:** Emprendedora en el sector textil, ha superado el cáncer de mama y laboró como asistente de ventas antes de su diagnóstico.
- **Entorno familiar:** Reside en San Juan de Lurigancho junto a su esposo y su hija de 8 años. Su familia le brinda apoyo, aunque los recursos económicos son escasos. Tiene un grupo de amigas en su vecindario y forma parte de un grupo local que da apoyo emocional a mujeres sobrevivientes.
- **Marcas que usa:**
    - Opta por marcas locales, con productos naturales y responsables.
    - Realiza sus compras en mercados.
    - Busca prendas cómodas y alimentos saludables (ropa sin etiquetas, comidas suaves).

- **Redes sociales que usa:**
    - **Facebook:** para dar a conocer sus productos en grupos de venta.
    - **Instagram:** sigue perfiles relacionados con tejidos, emprendimiento y mensajes inspiradores.
    - **WhatsApp:** para gestionar pedidos y comunicarse con sus clientes.
    - Utiliza un teléfono Android básico.

- **Tipo de ocio:**
    - Disfruta del descanso mientras teje, escuchando música criolla o andina.
    - Le gusta ver tutoriales de manualidades en YouTube.
    - Pasa tiempo cocinando o viendo series con su hija.

- **¿Qué le duele o qué le molesta?:**
    - Le incomoda que otros piensen que su experiencia con el cáncer la hace menos productiva.
    - Siente frustración por no saber cómo vender en línea de manera profesional.
    - Le gustaría tener una red de apoyo en el área técnica o comercial.

- **¿Qué necesita o espera?:**
    - Desea una plataforma sencilla que le permita exhibir y vender sus productos.
    - Busca capacitación fácil sobre ventas digitales, marketing y finanzas personales.
    - Le gustaría inspirarse con relatos de personas que han pasado por situaciones similares.
    - Aspira a ser reconocida como emprendedora y valorada por su historia de superación.

- **Información de hallazgos o insights:**
    - El emprendimiento en tejido representa para ella una forma de terapia, autoexpresión y recuperación de su productividad.
    - Hay una gran demanda de capacitación digital accesible y práctica, adaptada a su nivel de conocimiento tecnológico (uso de un smartphone básico).
    - El aspecto humano y emocional de compartir su historia y conectar con otras personas es un factor motivador destacado y valorado.
    - La búsqueda de reconocimiento y validación como emprendedora activa es esencial para su bienestar después del cáncer.

- La conexión con marcas responsables y un público que aprecie el "propósito" detrás del producto es vital para su éxito y motivación.

### 2.5.2 Información sobre el Mercado

- **Oportunidad de Mercado:**

  Se presenta una notable oportunidad en el mercado peruano, fomentada por el auge del comercio electrónico el cual aumentó un 87% en 2020 (Cámara Peruana de Comercio Electrónico, 2021, p. 84) y una creciente apertura de los consumidores de un 64% a abonar más por productos que generan un impacto social. (Usman, 2014) Además, un 30% de los individuos que han superado el cáncer están buscando el autoempleo como camino para su reinserción laboral.

- **Competencia:**

  Por el momento, en Perú no hay una plataforma en línea dedicada únicamente a la reintegración económica y digital de emprendedores que han superado el cáncer.

  - **Competencia Indirecta:** Comprende mercados generales, por ejemplo: Artesanías del Perú, Mercado Libre, áreas de venta en plataformas sociales (Facebook Marketplace, Tiendas de Instagram) y ciertas organizaciones no gubernamentales que comercializan productos de grupos vulnerables, aunque carecen de un enfoque digital y comercial sólido y completo como el que se sugiere.

- **Barreras de Entrada:**

  La principal dificultad para "Renace con Propósito" será establecer confianza y credibilidad tanto entre los emprendedores que han sobrevivido como con las marcas que tienen un propósito, además del reto de formar una comunidad digital activa y comprometida desde el inicio.

- **Alcance Esperado:**

  El proyecto comenzará con un programa piloto en Lima Metropolitana, donde hay una considerable concentración de la población objetivo y de marcas potenciales. Se anticipa que habrá oportunidades de expansión a nivel nacional en el segundo año de operación, con el objetivo de formar alianzas estratégicas en diversas regiones del país.

- **Mercado Objetivo del Producto:**

  El grupo objetivo se divide en dos sectores principales: por un lado, emprendedores que han superado el cáncer y buscan digitalizar, capacitarse y formalizar sus empresas; y por otro, marcas interesadas en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que desean colaborar con socios genuinos y transparentes para sus proyectos de impacto social.

- **Demanda Potencial en el mercado/segmento:**

  La demanda potencial se percibe como alta, apoyada por la creciente inclinación tanto global como local hacia el consumo consciente, la necesidad apremiante de los sobrevivientes de cáncer por oportunidades económicas relevantes y la disposición de las empresas de invertir en iniciativas con un claro propósito social.

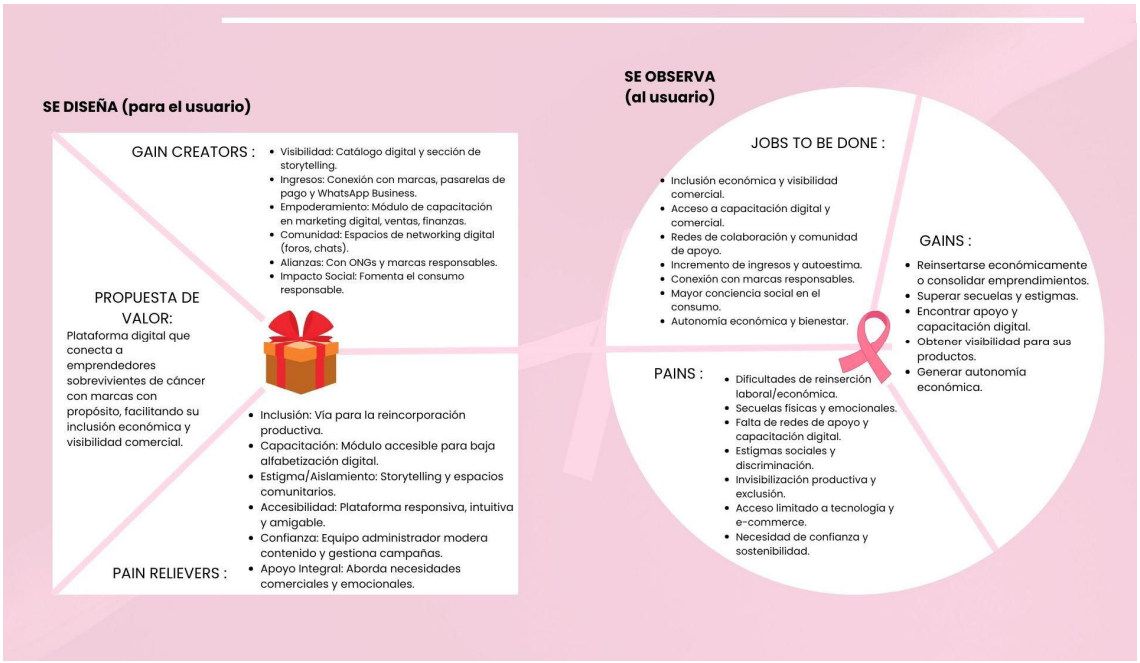
### 2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

- **Concepto planteado: "Renace con Propósito"**
  - **Clasificación o Categoría:** Mercado con Impacto Social / Plataforma de Fortalecimiento Digital para Sobrevivientes.
  - **Características:** Une la tecnología digital, un impacto social directo y el mercadeo con un propósito para formar un ecosistema de valor compartido.
  - **Contexto:** Funciona en Perú, enfocándose en el desafío de la reintegración económica y social de individuos que han superado el cáncer.
  - **Diferencial:** Se destaca en Perú por su atención especial y profunda hacia los sobrevivientes de cáncer, proporcionando un ecosistema integral que supera la mera venta. Incluye formación digital personalizada, una comunidad de apoyo emocional y comercial, y la fuerza de las narrativas personales, estableciendo conexiones directas con marcas que actúan de manera socialmente responsable para crear alianzas genuinas y de gran impacto.

- **Definir la propuesta de valor:**

  "Renace con Propósito" proporciona visibilidad, posibilidades de ingresos consistentes, recursos de formación digital, redes de apoyo robustas y un notable aumento en la autoconfianza para los emprendedores que han superado el cáncer, al enlazarlos de forma genuina y clara con marcas responsables socialmente y consumidores comprometidos. Proponemos un enfoque completo hacia la independencia económica y el bienestar individual, convirtiendo las dificultades tras la enfermedad en oportunidades valiosas para el desarrollo y la fortaleza. Brands with

Purpose (2022) afirma que las colaboraciones con propósito generan vínculos más sólidos entre empresas y consumidores, construyendo reputación y diferenciación de marca.




### 2.5.4. Diseño de producto/servicio

"Renace con Propósito" será un sitio web que se ajusta a diversas necesidades y es fácil de usar, diseñado para ser simple y navegarlo sea sencillo, incluso para personas con escasa familiaridad digital o con discapacidades físicas.

- **Características Digitales:**
    - **Perfiles de usuario personalizados:** Cada empresario contará con un espacio exclusivo para compartir su narrativa personal y su capacidad de superación, resaltar sus productos con descripciones exhaustivas y ofrecer su información de contacto.
    - **Catálogo digital interactivo:** Un escaparate virtual que presenta los productos de manera atractiva, con imágenes de alta calidad, descripciones exhaustivas y precios, organizados para facilitar su localización.
    - **Módulo de capacitación online:** Acceso a talleres y tutoriales breves e interactivos (en formatos de videos cortos y PDFs simples) sobre temas vitales

como marketing digital, fotografía de productos para comercio electrónico, tácticas de ventas en línea, administración de redes sociales, fundamentos de finanzas personales y bienestar emocional.
    - **Espacios de Networking y Comunidad:** Foros de discusión moderados, chats grupales y eventos virtuales regulares (seminarios web, encuentros) diseñados para promover la interacción, el apoyo mutuo y la colaboración entre emprendedores, así como con representantes de diferentes marcas.
    - **Integraciones Clave:** Opción de incorporar pasarelas de pago populares en Perú (Yape, Plin, tarjetas de crédito o débito a través de proveedores como Culqi o Izipay), integración con WhatsApp Business para facilitar la comunicación directa y el manejo de pedidos, además de sistemas de notificación a través de correos electrónicos o SMS para actualizaciones relevantes.

- **Mecánica del Servicio:**

    - **Registro y verificación:** Individuos interesados envían sus solicitudes mediante un formulario en línea. El equipo del proyecto verifica su estatus como sobrevivientes de cáncer y la veracidad de sus negocios.
    - **Capacitación inicial:** Tras su aceptación, los emprendedores participan en un módulo de capacitación para desarrollar o mejorar sus habilidades digitales y comerciales.
    - **Creación de perfil y catálogo:** Con asistencia e instrucciones claras, cargan la información sobre su historia personal, imágenes y descripciones de sus productos en la plataforma.
    - **Visibilidad y conexión:** Los productos y relatos de los emprendedores son accesibles a un amplio público, incluidos consumidores responsables y marcas con una misión. La plataforma facilita el establecimiento de contactos directos.
    - **Venta y retroalimentación:** Los emprendedores manejan sus ventas de manera directa o mediante sistemas de pago integrados. Se fomenta la recopilación de comentarios para la mejora continua.

- **Triple balance:**

    - **Económico:** El emprendimiento produce ingresos directos para los empresarios a través de sus ventas y para la plataforma mediante cobros por comisiones y servicios premium, lo que ayuda a garantizar su estabilidad financiera a largo plazo.

- **Social:** Este aspecto es fundamental para el proyecto. Fomenta de manera activa la inclusión tanto laboral como económica, disminuye las desigualdades, y mejora notablemente el bienestar mental, la confianza personal y la calidad de vida de los sobrevivientes de cáncer, además de formar una comunidad sólida de apoyo y empoderamiento mutuo.
- **Ambiental:** Aunque no representa el eje central, la plataforma tiene la capacidad de incentivar el consumo responsable al resaltar productos hechos a mano y, posiblemente, aquellos creados con métodos sostenibles o materiales naturales, siempre que los emprendedores opten por ello y se alineen con las preferencias de los consumidores que valoran las marcas locales y ecológicas.

### 2.5.5. Modelo de Negocio

**Descripción del Modelo de Negocio:**

El enfoque de **"Renace con Propósito"** se fundamenta en una plataforma que atiende a múltiples segmentos y aporta un valor social significativo. Actúa como un enlace digital que crea beneficios para sus tres grupos principales de usuarios: emprendedores, marcas y consumidores. La estrategia para generar ingresos se basa en un método mixto, integrando comisiones por ventas y servicios premium, lo cual garantiza tanto la viabilidad como la capacidad de expansión. Obtendremos ingresos principalmente a través de:

- **Comisiones por ventas:**
  Un porcentaje competitivo (por ejemplo, entre el 10 y el 15%) del total de cada transacción de productos efectuadas en la plataforma por los emprendedores.
- **Planes premium para emprendedores:**
  Suscripciones que pueden ser mensuales o anuales, proporcionando opciones avanzadas, como una mayor visibilidad en el catálogo, acceso exclusivo a talleres especializados (por ejemplo, en marketing avanzado y exportación), análisis de ventas detallados y asistencia prioritaria.
- **Patrocinios de marcas:**
  Espacios promocionales en la plataforma para marcas que actúan de manera responsable socialmente, que buscan destacar su apoyo a la causa, hacer campañas de co-branding, o acceder de manera exclusiva a métricas de impacto producidas por los emprendimientos.

- **Forma de Comercialización:**
  - **Para emprendedores:**
    La recopilación de fondos se llevará a cabo mediante colaboraciones

estratégicas con organizaciones no gubernamentales, grupos de apoyo a pacientes oncológicos y centros de salud. Esto se complementará con promoción orgánica en plataformas sociales y campañas específicas orientadas a comunidades de sobrevivientes.

- **Para marcas con propósito:**
  Se hará contacto directo con compañías que cuenten con divisiones de Responsabilidad Social Corporativa o que muestren un claro interés en el marketing orientado a causas sociales, presentando el valor agregado en términos de impacto social y mejora de la imagen. Además, se buscará participar en eventos sostenibles y foros empresariales.
- **Para consumidores conscientes:**
  Se llevarán a cabo campañas de publicidad digital (incluyendo redes sociales como Instagram y Facebook, colaboraciones con influencers comprometidos con causas sociales, anuncios de Google y optimización para motores de búsqueda), así como difusión a través de medios que cubran temáticas de emprendimiento social y asociaciones con comunidades que promueven el consumo consciente.




### 2.5.6. Resultados esperados

Al introducir "Renace con Propósito" al mercado y a los usuarios, anticipamos crear un impacto real y notable. Estos son los resultados deseados para el primer año de actividad:

- **Inclusión económica y generación de ingresos:**
  Alcanzar la inclusión y empoderamiento económico de, al menos, 50 emprendedores

que han sobrevivido al cáncer, logrando un incremento promedio del 20% en sus ingresos mensuales gracias a la visibilidad y ventas que brinda la plataforma.

- **Empoderamiento y fortalecimiento digital:**
  Asegurar que al menos el 80% de los emprendedores que se involucren en los módulos de formación muestren una mejora en su autonomía y seguridad al utilizar herramientas digitales para administrar y promocionar sus empresas.
- **Visibilidad de Marca y Redes de Apoyo:**
  Formar colaboraciones estratégicas con un mínimo de 20 marcas socialmente responsables, facilitando asociaciones que ofrezcan beneficios tanto a las marcas como a los emprendedores, y creando una sólida red de apoyo.
- **Conciencia e impacto social:**
  Ayudar a incrementar en un 15% la conciencia pública sobre la relevancia de la reintegración laboral tras el cáncer y el valor del consumo ético y responsable.
- **Desarrollo de comunidad activa:**
  Fomentar la creación de una comunidad digital activa y solidaria dentro de la plataforma, alcanzando un promedio de 50 interacciones relevantes por semana (en foros, grupos de chat, comentarios) entre los emprendedores, promoviendo el apoyo mutuo y el intercambio de experiencias.

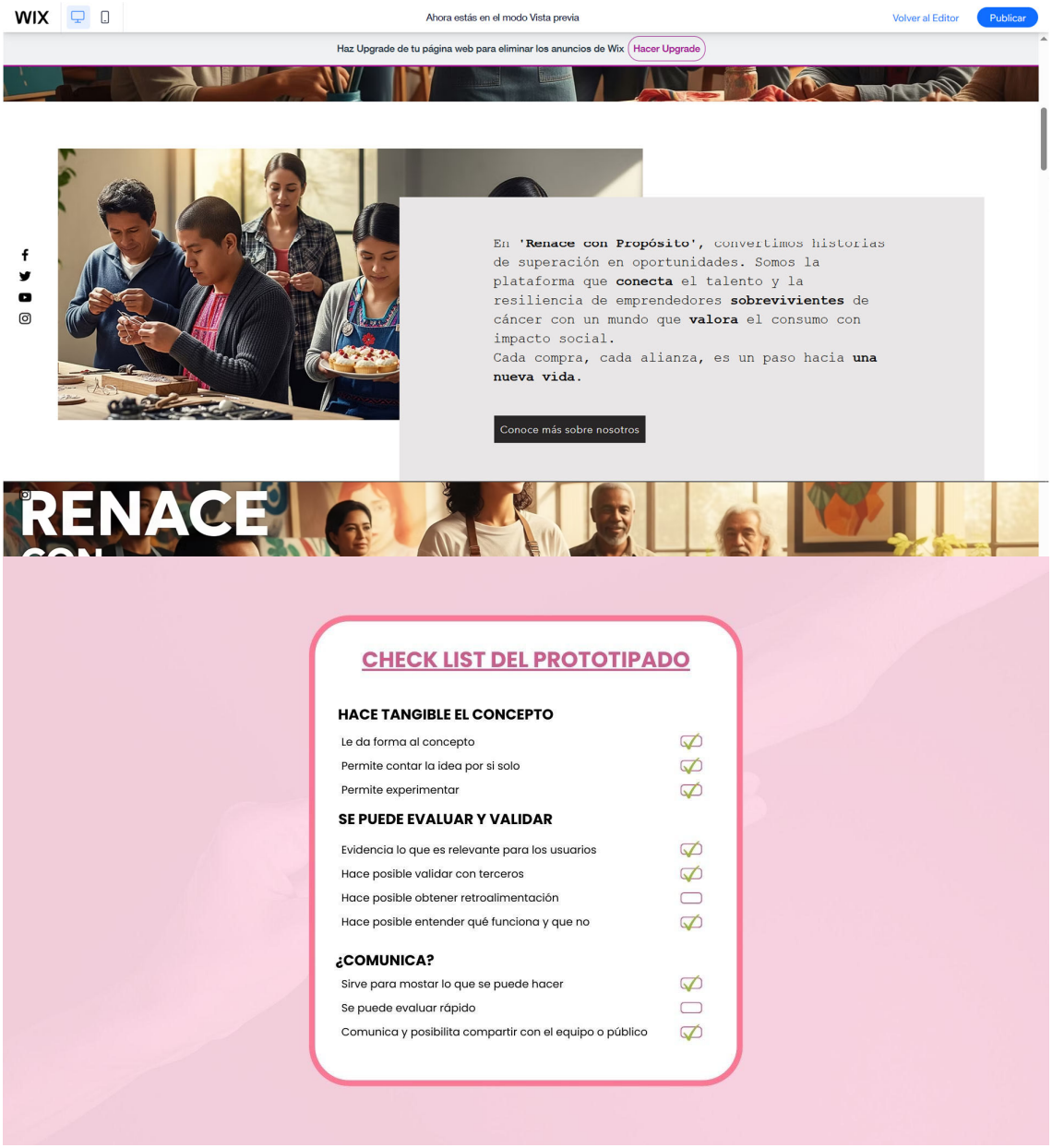
### 2.5.7. Prototipos desarrollados

Con el fin de comprobar el diseño y las capacidades de la plataforma, hemos creado un prototipo:

- **Alta Definición (Demo Funcional en Wix):**

  Se creó un prototipo interactivo que ofrece una representación visual y funcional más detallada a través de la plataforma Wix. Esta demostración imita de forma cercana la experiencia real del usuario, facilitando la navegación entre las áreas principales (como un perfil de emprendedor simulado, un catálogo de productos interactivo y una vista previa del módulo de formación). Este prototipo fue esencial para llevar a cabo

pruebas de usabilidad más exhaustivas y recibir comentarios más específicos sobre la interacción y la apariencia del diseño.



### 2.5.8 Experimentos

- **Actividades, pruebas e interacciones desarrolladas con usuarios**
  Para validar la propuesta de valor de **Renace con Propósito**, se realizaron **8 entrevistas semiestructuradas** y **pruebas de usabilidad** con un prototipo de alta fidelidad desarrollado en **Wix**.
  Los participantes incluyeron tres emprendedores sobrevivientes de cáncer y cinco compradores con propósito, seleccionados por su representatividad. Las interacciones se llevaron a cabo de forma presencial y privada para generar confianza. Se usaron guías diferenciadas para cada grupo, enfocadas en explorar percepciones sobre la plataforma, necesidades funcionales y expectativas sociales.
- **Resultados y nivel de validación de hipótesis**
  Los experimentos permitieron validar ampliamente la propuesta. Los emprendedores reconocieron la necesidad de una plataforma que combine capacitación, visibilidad y comunidad. Los compradores valoraron el acceso a productos auténticos con impacto social.
  - La **propuesta de valor fue clara y comprensible** para ambos segmentos, lo que valida su solidez y atractivo.
  - La **función de "historia personal"** fue el componente emocional más valorado por las emprendedoras, y también fue identificado por las marcas como un fuerte diferenciador en el marco del marketing con propósito.
  - El **interés por el módulo de capacitación** fue alto, aunque se sugirió que los materiales deben ser visuales, breves y con lenguaje sencillo para garantizar accesibilidad.
  - Surgieron **preocupaciones sobre la seguridad** de pagos y protección de datos, lo que resalta la importancia de implementar mecanismos claros de confianza.

- **Métricas y hallazgos**
  **- 75 % de los participantes** consideraron la plataforma fácil de usar.
  - **90 % de los emprendedores** manifestaron interés en integrarse a una comunidad

con apoyo y formación.

- **85 % de los compradores** dijeron estar dispuestos a adquirir productos con impacto social a través de la plataforma.
- La interfaz del prototipo fue valorada positivamente por la mayoría, destacando su simplicidad visual; **2 de 5 emprendedores** la consideraron especialmente intuitiva.
- Se identificó la necesidad de **mejorar la navegación en el módulo de capacitación** para facilitar el acceso a contenidos.
- Se propusieron nuevas ideas como mentorías entre pares y eventos presenciales.

Estos hallazgos reafirman el potencial de *Renace con Propósito* como una solución pertinente, emocionalmente conectada y centrada en la experiencia real de sus usuarios.






### 2.5.9. Resumen del proyecto de innovación

**"Renace con Propósito"** es una plataforma digital inclusiva que busca transformar la manera en que los emprendedores sobrevivientes de cáncer acceden a oportunidades económicas y visibilidad social. A partir de la tecnología y el marketing con propósito, conecta a estos emprendedores con marcas responsables, generando un ecosistema colaborativo basado en historias reales, propósito compartido y consumo consciente.

La propuesta ofrece más que un canal de ventas: promueve un espacio de formación, comunidad y reconocimiento, donde los usuarios pueden reconstruir su autoestima, profesionalizar su emprendimiento y sentirse valorados más allá de su diagnóstico. Es una solución socialmente innovadora, escalable y replicable, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y adaptada al contexto peruano, con un modelo de negocio sostenible y validado en sus hipótesis iniciales.

**Sostenibilidad del proyecto:**

La sostenibilidad de **"Renace con Propósito"** se asienta sobre tres pilares interconectados:

- **Sostenibilidad Económica:**

  Nuestro modelo de ingresos diversificado (comisiones por ventas, planes premium para emprendedores, publicidad ética y patrocinios de marcas) está diseñado para generar autosuficiencia financiera. Las alianzas con marcas no solo proveen capital, sino que también aumentan el volumen de ventas y el reconocimiento de la plataforma, fortaleciendo un ciclo virtuoso. A medida que la plataforma crezca, los

ingresos se reinvertirán en su mejora y expansión, asegurando su operatividad a largo plazo sin depender exclusivamente de donaciones o fondos externos.

- **Sostenibilidad Social:**

  El valor central del proyecto es la generación de impacto social tangible en la vida de los emprendedores sobrevivientes. Al empoderarlos económicamente y fortalecer sus redes de apoyo y capacitación, se crea una comunidad resiliente y un efecto multiplicador positivo en su bienestar integral. La demanda por consumo consciente y la intención de las marcas de apoyar causas significativas aseguran un ecosistema de apoyo continuo y relevante.

- **Sostenibilidad Tecnológica:**

  La plataforma se construirá con tecnologías escalables y de fácil mantenimiento, permitiendo futuras actualizaciones y la integración de nuevas funcionalidades. La inversión en un desarrollo robusto y la capacidad de adaptarse a las tendencias digitales garantizará su relevancia, seguridad y funcionalidad a lo largo del tiempo.

**Plan de actividades (nueva iteración, réplica, masificación):**

El proyecto "Renace con Propósito" es una iniciativa de 24 meses de duración, estructurada en tres fases (Piloto y Validación, Consolidación y Optimización, y Escalabilidad y Masificación), con el objetivo de empoderar a mujeres emprendedoras a través de una plataforma digital integral. Para sus fases iniciales, cuenta con un presupuesto de S/ 6,300 mensuales, el cual se destina principalmente a la inversión en el desarrollo y diseño web con programadores y diseñadores, honorarios para facilitadores y mentores, una campaña inicial de marketing y difusión, y gastos operativos esenciales como internet, teléfono y otros administrativos. Este presupuesto cubre la puesta en marcha y la validación inicial del MVP, siendo necesaria financiación adicional para las etapas de consolidación, optimización y escalabilidad del proyecto.

- **Fase 1: Piloto y validación (Meses 1-6)**

  - **Objetivo:**
    Lanzar una versión MVP (Producto Mínimo Viable) de la plataforma en Lima Metropolitana y validar las hipótesis clave del modelo de negocio y la propuesta de valor con usuarios reales.
  - **Actividades clave:**
    Desarrollo final del MVP (plataforma web con perfiles, catálogo y módulo de capacitación básico). Campaña de captación inicial de 50 emprendedores y 5 marcas piloto. Realización de pruebas de usabilidad y entrevistas post-

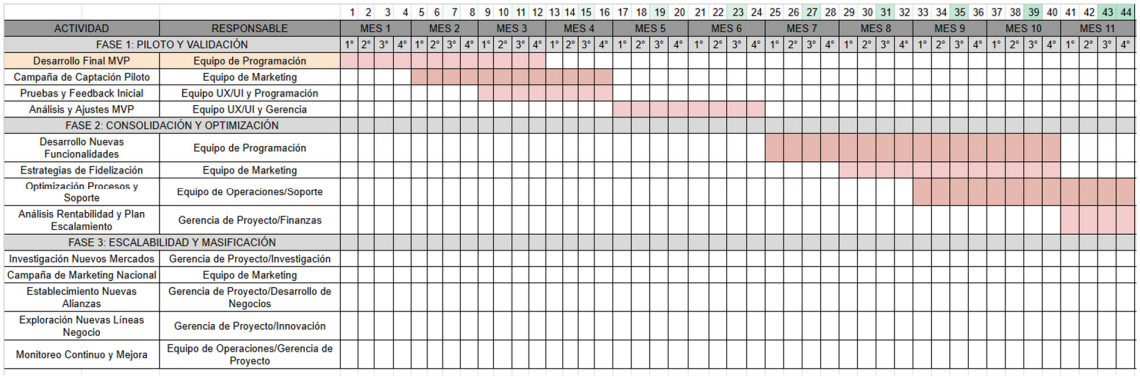
lanzamiento (continuación de experimentos). Análisis de métricas de uso y feedback de usuarios. Iteración y ajustes al producto/servicio y modelo de negocio.
    - **Herramienta de gestión:**
      Diagrama de Gantt detallado para desarrollo, captación y validación del piloto.

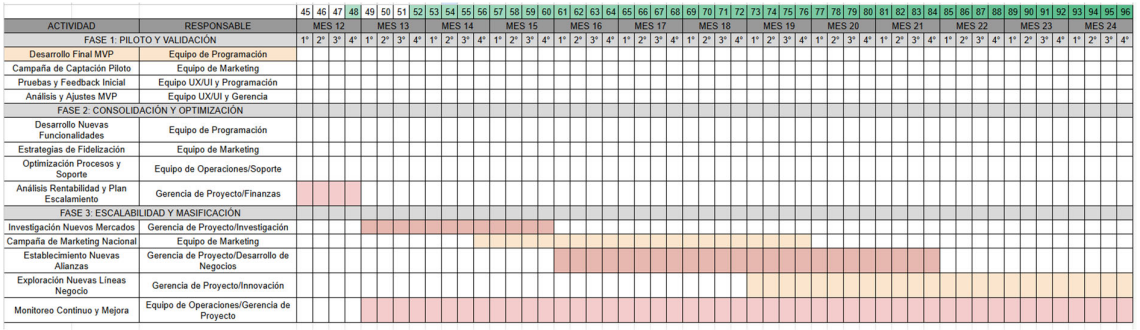
- **Fase 2: Consolidación y Optimización (Meses 7-12)**

    - **Objetivo:**
      Consolidar la operación en Lima, optimizar el producto en base al feedback continuo y asegurar la rentabilidad del modelo de negocio.
    - **Actividades clave:**
      Desarrollo de nuevas funcionalidades prioritarias (sistema de reseñas, herramientas avanzadas para marcas, mejoras en el flujo de pagos). Estrategias de fidelización de emprendedores y marcas. Optimización de los procesos de capacitación y soporte. Análisis de rentabilidad y ajuste de precios/comisiones si es necesario. Preparación para el escalamiento..

- **Fase 3: Escalabilidad y masificación (Meses 13-24 y más allá)**

    - **Objetivo:**
      Expandir la plataforma a otras ciudades clave de Perú y diversificar las fuentes de ingresos y alianzas estratégicas.
    - **Actividades Clave:**
      Investigación y adaptación a las necesidades de nuevos mercados regionales. Campaña de marketing y captación a nivel nacional. Establecimiento de nuevas alianzas estratégicas con ONGs y marcas en otras regiones. Exploración de nuevas líneas de negocio (ej. servicios de consultoría para marcas, eventos presenciales, programas de mentoría avanzada). Posible réplica del modelo en otros contextos o poblaciones vulnerables (a largo plazo).




**Recursos necesarios: humanos, materiales y tecnológicos (software, desarrollo, maquinaria, etc.).**

- **Recursos Humanos:**

    - **Equipo directivo:** 1/Líder de Proyecto (gestión general, desarrollo de alianzas y estrategia), 1 Gestor de Contenido/Asistente (soporte a emprendedores, curación de historias, gestión de foros).
    - **Equipo técnico:** 1 Desarrollador Web Full-stack (desarrollo y mantenimiento de la plataforma, integración de funcionalidades), 1 Diseñador UX/UI (mejora continua de la experiencia de usuario e interfaz gráfica).
    - **Especialistas (Freelance/Part-time):** Formadores/Mentores para los módulos de capacitación (en áreas como marketing digital, finanzas personales, fotografía de producto, bienestar emocional), Especialista en Marketing Digital (para SEO, SEM, gestión de redes sociales).

- **Recursos Materiales:**

- Equipos de cómputo y dispositivos móviles para el equipo de trabajo.
- Materiales para eventuales campañas de marketing y eventos promocionales (banners, folletos).
- Licencias de software de diseño (ej. Figma, Adobe XD) y herramientas de gestión de proyectos.
- Equipos básicos para la producción de contenidos (micrófonos, cámaras web, software de edición de video para tutoriales).

- **Recursos Tecnológicos:**

  - **Plataforma base:** Desarrollo de un sitio web responsivo y escalable (considerando CMS especializados con plugins de marketplace o un desarrollo a medida con frameworks modernos como React/Node.js o Python/Django).
  - **Base de datos:** Para la gestión eficiente de perfiles de usuario, catálogo de productos, transacciones, datos de capacitación, etc.
  - **Pasarelas de pago:** Integración con plataformas locales de pago digital (ej. Yape, Plin) y procesadores de pago para tarjetas de crédito/débito (ej. Culqi, Izipay) para facilitar las transacciones.
  - **Herramientas de comunicación:** Integración con la API de WhatsApp Business para soporte y notificaciones, y servicios de email marketing para comunicación masiva.
  - **Herramientas de analítica web:** Google Analytics y otras herramientas de seguimiento de rendimiento para monitorear el tráfico, el comportamiento del usuario y las conversiones.
  - **Herramientas de diseño y prototipado:** Figma, Miro (para la colaboración en el diseño UX/UI), y *Wix (utilizado para el prototipado rápido y la posible fase inicial del sitio web si se opta por una solución de desarrollo más ágil en una primera etapa).*
  - **Herramientas de gestión de proyectos:** Trello, Asana, Jira para la planificación, seguimiento y colaboración del equipo.

## III. Estimación de costos

**Presupuesto estimado del proyecto (por fases iniciales):**

CÁLCULO 1

COSTOS DE SERVICIO

| MATERIALES | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total de Materiales** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **MANO DE OBRA** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Persona 1 (Lider) | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
| Persona 2 (Asistente) | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 900 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| Publicidad Digital y Difusión Inicial | 0 | 1200 | 1200 | 1200 | 0 | 0 | 1200 | 1200 | 1200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total de mano de obra** | **2100** | **3300** | **3300** | **3300** | **2100** | **2100** | **3300** | **3300** | **3300** | **2100** | **2100** | **2100** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** | **2700** |
| **GASTOS GENERALES** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Luz | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alquiler de la fábrica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teléfono | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 |
| Internet | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.100.00 |
| Agua | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Total de gastos generales** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** | **S/.150.00** |
| TOTAL COSTOS SERVICIOS | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 |

CÁLCULO 2

| Gastos Administrativos | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Programadores (Desarrollo web) | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,500.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 | S/.1,800.00 |
| Diseñadores (UX/UI e identidad) | S/.900.00 | S/.900.00 | | | | S/.900.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 | S/.1,200.00 |
| Otros | S/.100.00 | S/.100.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.50.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 | S/.17.00 |
| **Total de Gastos Administrativos** | **S/.2,500.00** | **S/.2,500.00** | **S/.1,550.00** | **S/.1,550.00** | **S/.1,550.00** | **S/.2,450.00** | **S/.2,750.00** | **S/.2,750.00** | **S/.2,750.00** | **S/.2,750.00** | **S/.2,750.00** | **S/.2,750.00** | **S/.3,050.00** | **S/.3,050.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** | **S/.3,017.00** |

| Gastos de Venta | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Plataforma Web (Wix) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total de Gastos de Venta** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** |
| TOTAL DE GASTOS | S/.2,600.00 | S/.2,600.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.2,550.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.3,150.00 | S/.3,150.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 |

CÁLCULO 3

| INGRESOS | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Comiciones de ventas | S/.500.00 | S/.1,000.00 | S/.1,500.00 | S/.2,000.00 | S/.2,250.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,250.00 | S/.7,500.00 | S/.10,000.00 | S/.12,500.00 | S/.15,000.00 | S/.20,000.00 | S/.25,000.00 | S/.30,000.00 | S/.35,000.00 | S/.40,000.00 | S/.42,500.00 | S/.45,000.00 | S/.47,500.00 | S/.50,000.00 | S/.50,000.00 |
| Premium | - | S/.400.00 | S/.600.00 | S/.800.00 | S/.900.00 | S/.1,000.00 | S/.1,200.00 | S/.1,600.00 | S/.2,000.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,000.00 | S/.8,000.00 | S/.10,000.00 | S/.12,000.00 | S/.14,000.00 | S/.16,000.00 | S/.17,000.00 | S/.18,000.00 | S/.19,000.00 | S/.20,000.00 | S/.20,000.00 |
| Publicidad | S/.500.00 | S/.1,000.00 | S/.1,500.00 | S/.2,000.00 | S/.2,500.00 | S/.2,500.00 | S/.3,000.00 | S/.4,000.00 | S/.5,000.00 | S/.6,000.00 | S/.7,500.00 | S/.10,000.00 | S/.12,500.00 | S/.15,000.00 | S/.20,000.00 | S/.25,000.00 | S/.30,000.00 | S/.35,000.00 | S/.40,000.00 | S/.42,500.00 | S/.45,000.00 | S/.47,500.00 | S/.50,000.00 | S/.50,000.00 |
| **Ingreso Total sin IGV** | **1,000** | **2,400** | **3,600** | **4,800** | **5,650** | **6,000** | **7,200** | **9,600** | **12,000** | **14,750** | **18,000** | **24,000** | **30,000** | **36,000** | **48,000** | **60,000** | **72,000** | **84,000** | **96,000** | **102,000** | **108,000** | **114,000** | **120,000** | **120,000** |

CÁLCULO 4

| | RESULTADOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Mes 13 | Mes 14 | Mes 15 | Mes 16 | Mes 17 | Mes 18 | Mes 19 | Mes 20 | Mes 21 | Mes 22 | Mes 23 | Mes 24 |
| Valor de Ventas sin IGV | S/.1,000.00 | S/.2,400.00 | S/.3,600.00 | S/.4,800.00 | S/.5,650.00 | S/.6,000.00 | S/.7,200.00 | S/.9,600.00 | S/.12,000.0 | S/.14,750.0 | S/.18,000.0 | S/.24,000.00 | S/.30,000.00 | S/.36,000.00 | S/.48,000.00 | S/.60,000.00 | S/.72,000.00 | S/.84,000.00 | S/.96,000.00 | S/.102,000.0 | S/.108,000.0 | S/.114,000.0 | S/.120,000.0 | S/.120,000.0 |
| Total de Costos | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.3,450.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,250.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 |
| Total de Gastos | S/.2,600.00 | S/.2,600.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.1,650.00 | S/.2,550.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.2,850.00 | S/.3,150.00 | S/.3,150.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 | S/.3,117.00 |
| Utilidad | -S/.3,850.00 | -S/.3,650.00 | -S/.1,500.00 | -S/.300.00 | S/.1,750.00 | S/.1,200.00 | S/.900.00 | S/.3,300.00 | S/.5,700.00 | S/.9,650.00 | S/.12,900.0 | S/.18,900.00 | S/.24,000.00 | S/.30,000.00 | S/.42,033.00 | S/.54,033.00 | S/.66,033.00 | S/.78,033.00 | S/.90,033.00 | S/.96,033.00 | S/.102,033.0 | S/.108,033.0 | S/.114,033.0 | S/.114,033.0 |
| Margen | -385% | -152% | -42% | -6% | 31% | 20% | 13% | 34% | 48% | 65% | 72% | 79% | 80% | 83% | 88% | 90% | 92% | 93% | 94% | 94% | 94% | 95% | 95% | 95% |

# IV. Conclusiones y recomendaciones

## 4.1 Conclusiones

Los resultados de este proyecto de innovación no solo confirman la necesidad prevaleciente y validada de una solución integral para los desafíos de la reintegración económica y laboral que enfrentan los sobrevivientes del cáncer en Perú, sino que también demuestran la alta viabilidad y receptividad de "Renace con el propósito". A través de un riguroso proceso de validación con nuestra población objetivo (empresarios y compradores sobrevivientes de cáncer con propósito), hemos demostrado el fuerte interés y el claro potencial de nuestra plataforma para generar un impacto significativo

**Hemos concluido que:**

- **Existe una clara y validada demanda por un ecosistema de apoyo:**
  Los experimentos con usuarios confirmaron la necesidad crítica de un espacio seguro donde los emprendedores no solo puedan comercializar sus productos, sino también acceder a capacitación especializada y conectar con una comunidad de pares que comprenda sus desafíos únicos. Esta demanda valida la relevancia de cada pilar de nuestra propuesta.
- **El mercado peruano está activamente dispuesto a apoyar causas con propósito:**
  Se ha verificado que las marcas peruanas, junto con los compradores con propósito, demuestran una creciente disposición a apoyar iniciativas con valor social. Esta tendencia representa una oportunidad estratégica fundamental para la sostenibilidad financiera de "Renace con Propósito" a través de patrocinios, colaboraciones y el modelo de negocio basado en comisiones y planes premium.

- **El prototipo de alta fidelidad ha sido bien recibido y es una base sólida para el desarrollo:**
  Las pruebas de usabilidad y entrevistas revelaron una **interfaz intuitiva y funcionalidades bien valoradas**, validando las hipótesis iniciales de diseño. Los insights obtenidos del proceso de experimentación, incluyendo métricas y hallazgos detallados, son insumos invaluables que guiarán las próximas iteraciones, asegurando que el producto final sea altamente eficaz y responda directamente a las necesidades del usuario.
- **El modelo de negocio es robusto y ofrece una clara ruta hacia la sostenibilidad:**
  La combinación de comisiones por ventas, planes premium y patrocinios de marcas se perfila como una estrategia viable para asegurar la sostenibilidad financiera y el crecimiento sostenido de la plataforma, permitiendo la reinversión en su mejora continua y expansión.

### 4.2 Recomendaciones

Para la siguiente fase de desarrollo e implementación de "Renace con Propósito" y con el fin de maximizar su impacto y asegurar su éxito a largo plazo, se recomienda:

1. **Desarrollo prioritario del producto mínimo viable (MVP) y su mejora continua:**
   Enfocarse en construir y lanzar rápidamente las funcionalidades esenciales del prototipo validadas (perfiles de emprendedores y marcas, catálogo interactivo, sistema de contacto) para empezar a generar valor. Paralelamente, mantener un ciclo ágil de iteración continua basada en el feedback de usuario real, realizando pruebas de usabilidad y entrevistas de forma regular para refinar la plataforma y añadir nuevas funcionalidades de manera estratégica.
2. **Estrategia de captación segmentada y con valor añadido:**
   Diseñar e implementar campañas de captación dirigidas a los primeros emprendedores y marcas que encajen con el perfil de "pioneros". Ofrecerles beneficios exclusivos y un acompañamiento cercano durante la fase inicial para construir una comunidad fuerte y generar casos de éxito que atraigan a futuros usuarios.
3. **Desarrollo modular y práctico del contenido de capacitación:**
   Iniciar la creación de módulos de capacitación en marketing digital, finanzas y desarrollo de productos, priorizando aquellos temas que generaron mayor interés o se identificaron como puntos débiles en los experimentos. Asegurar que el contenido sea altamente práctico y aplicable a la realidad de los emprendedores.
4. **Fortalecimiento estratégico de alianzas y ecosistema:**
   Establecer y formalizar alianzas clave con organizaciones de apoyo a pacientes con cáncer, fundaciones, asociaciones de emprendedores y empresas socialmente responsables. Estas alianzas serán cruciales para la difusión, la referenciación de usuarios y el fortalecimiento de la red de apoyo de la plataforma.

5. **Gestión proactiva de la sostenibilidad financiera y escalabilidad:** Monitorear de cerca la ejecución del presupuesto y explorar activamente oportunidades de financiamiento adicionales (ej., fondos concursables, subvenciones, inversionistas de impacto social). Esto asegurará la escalabilidad del proyecto, permitiendo que "Renace con Propósito" alcance un mayor número de beneficiarios.

**"Renace con Propósito"** no es solo una plataforma digital; es un faro de esperanza y una segunda oportunidad para una comunidad resiliente. Con una ejecución estratégica, una constante orientación al usuario y un compromiso inquebrantable con su propósito social, este proyecto tiene el potencial de convertirse en un referente de innovación y transformación social en el Perú, empoderando vidas y construyendo un futuro más inclusivo.

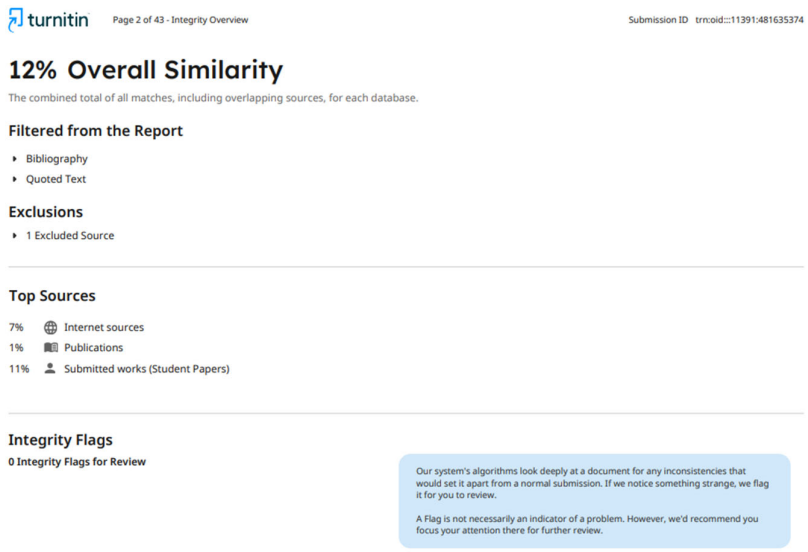
## V. Referencias Bibliográficas


- de Boer, A. G. E. M., Verbeek, J. H. A. M., Spelten, E. M. W., & van Dijk, F. J. H. (2014). Unemployment and cancer survivors: A meta-analysis. *Cancer, 120*(6), 1133–1141. **https://doi.org/10.1002/cncr.29510**
- Kantar. (2024). Sustainable shopping is on the rise again in Latin America after a two-year decline. **https://www.kantar.com/inspiration/sustainability/sustainable-shopping-is-on-the-rise-again-in-latin-america-after-a-two-year-decline**
- Cancer and Careers. (s. f.). Employment after treatment: Returning to work. **https://www.cancerandcareers.org/en/at-work/back-to-work-after-cancer**
- Centrum PUCP & Avanza Sostenible. (2021, febrero 16). Proyecciones para una reactivación empresarial sostenible en 2021. PUCP Repositorio. **https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/174833**
- Centrum PUCP. (2021, abril 27). El 76 % de empresas peruanas aumentó su interés en sostenibilidad, afirma Centrum PUCP. Centrum News. **https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/centrum-medios/empresas-peruanas-aumento-sostenibilidad**
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2022, diciembre). 79,2 % de los hogares de Lima Metropolitana tienen conexión a internet. **https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-792-de-los-hogares-de-lima-metropolitana-tienen-conexion-a-internet-14322/**

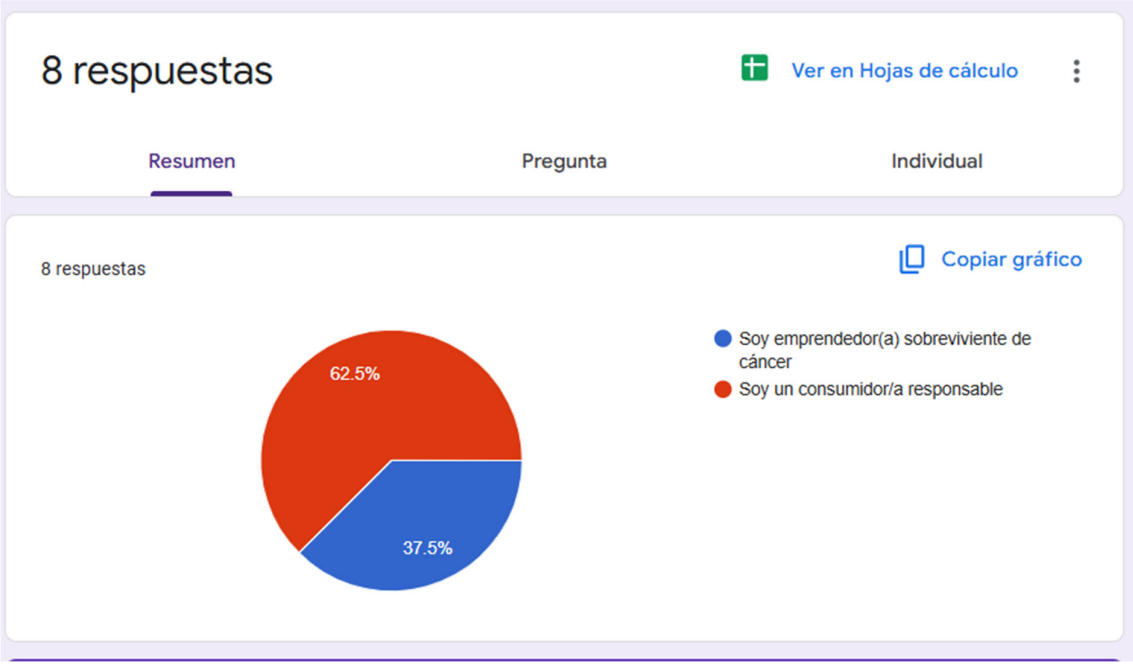
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). *Observatorio e-commerce Perú 2020–2021*. CAPECE. Recuperado de https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/07/0-Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021-V.2.pdf
- Usman, M. (2014, Junio). *Nielsen Global Corporate Social Responsibility Report - June 2014*. SlideShare. https://www.slideshare.net/slideshow/nielsen-global-corporate-social-responsibility-report-june-2014-50470778/50470778
- Plataforma Creemos. (2023). Emprendimientos que transforman. Recuperado de https://www.creemos.pe
- Survivor Made. (2021). Empowering Survivors Through Business. Recuperado de https://survivormade.org
- Brands with Purpose. (2022). Creating Meaningful Collaborations. Recuperado de https://brandswithpurpose.com
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. John Wiley & Sons.

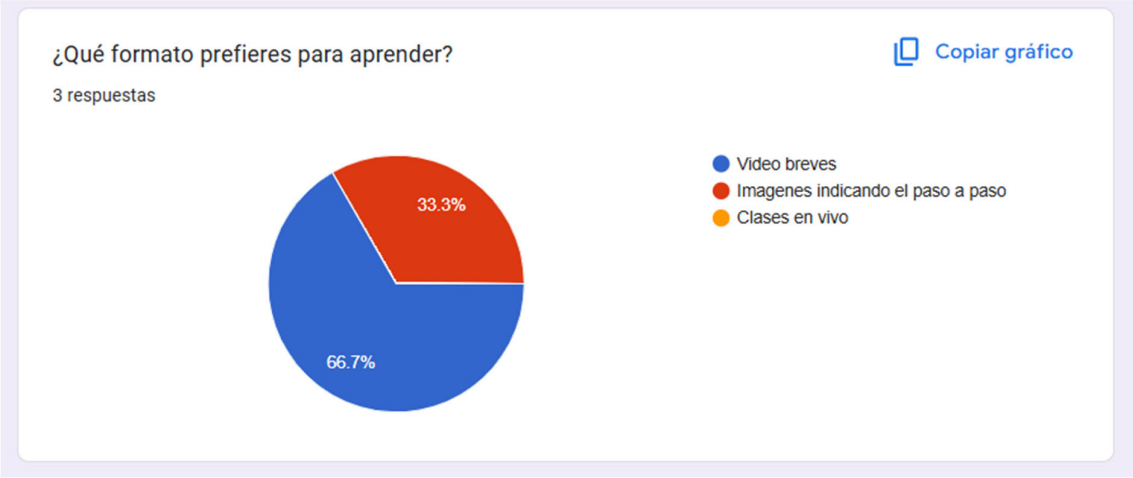

# VI. Anexos

## 6.1 Informe de Turnitin



6.2. FORMULARIO



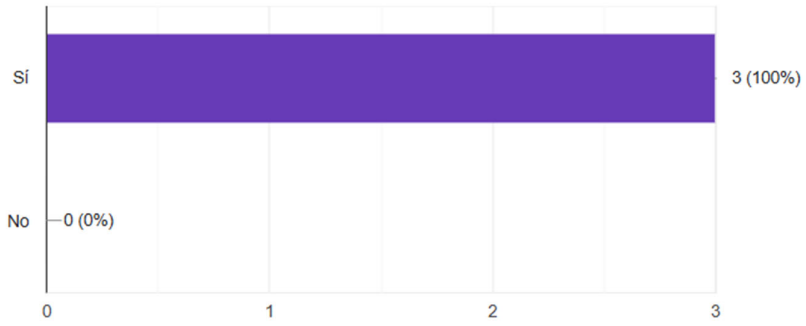



## Para emprendedores

¿Te gustaría recibir capacitación para mejorar las ventas de tu emprendimiento?

Copiar gráfico

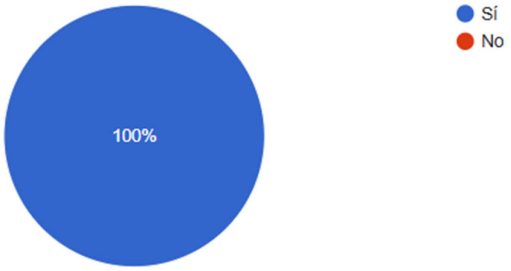
3 respuestas




¿Te interesaría formar parte de una comunidad con personas que hayan pasado por lo mismo que tú?

Copiar gráfico

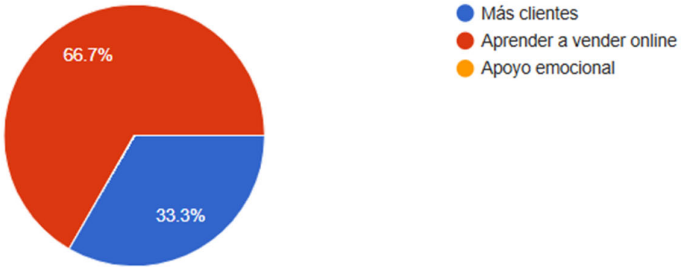
3 respuestas




¿Qué es lo que más necesitas hoy como emprendedor?

Copiar gráfico

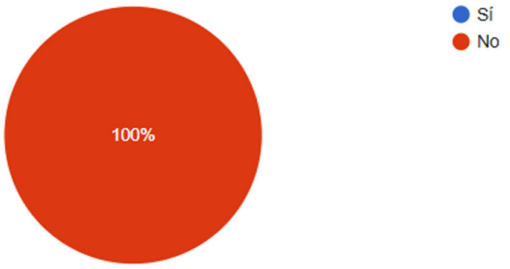
3 respuestas



¿Usas alguna plataforma digital para vender tus productos?

Copiar gráfico

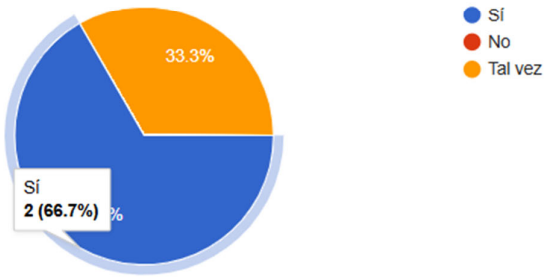
3 respuestas




¿Te gustaría contar tu historia como parte de tu emprendimiento?

Copiar gráfico

3 respuestas

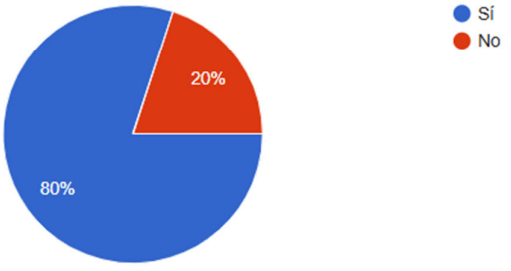



## Para consumidores

¿Te gustaría conocer la historia detrás de un producto antes de comprarlo?

Copiar gráfico

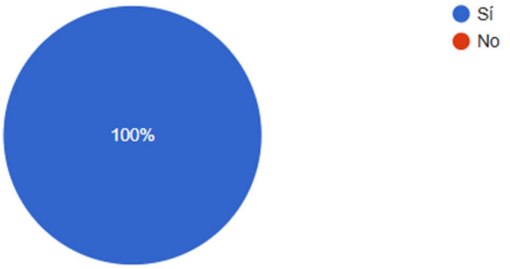
5 respuestas



¿Estás dispuesto(a) a pagar un poco más si el producto apoya una causa social?

Copiar gráfico

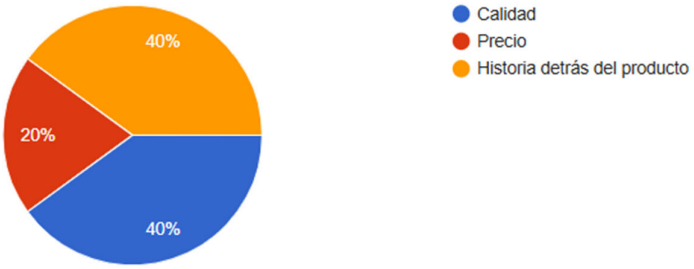
5 respuestas




¿Qué valoras más al comprar un producto?

Copiar gráfico

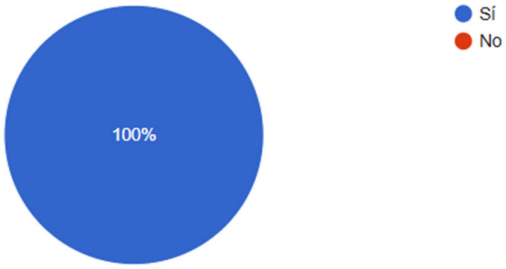
5 respuestas



¿Comprarías en una tienda donde los productos son hechos por personas que superaron el cáncer?

Copiar gráfico

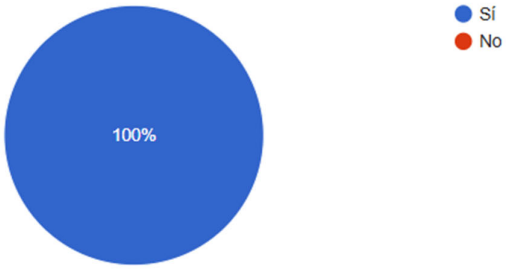
5 respuestas




¿Te gustaría que la plataforma garantice seguridad en el pago y entrega?

Copiar gráfico

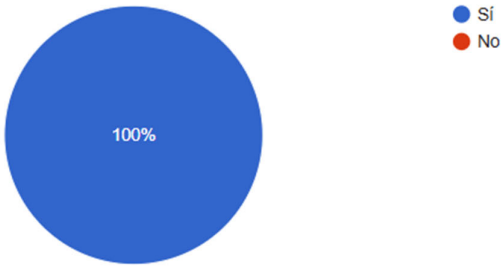
5 respuestas




¿Volverías a comprar si tu experiencia fue buena y sentiste que ayudaste?

Copiar gráfico

5 respuestas




¡Gracias por tu participación!